

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA
Curso de Administração – CADM

PLANO DE NEGÓCIOS: DESTINO - TAPIOCARIA E CAFÉ

ANTONIO VICENTE RIBEIRO DE ALMEIDA JÚNIOR

João Pessoa

Maio 2018

ANTONIO VICENTE RIBEIRO DE ALMEIDA JÚNIOR

PLANO DE NEGÓCIOS: DESTINO - TAPIOCARIA E CAFÉ

Trabalho de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Professor Orientador: Marcelo de Souza Bispo

João Pessoa

Maio 2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

R484p Ribeiro de Almeida Júnior, Antonio Vicente .

Plano de Negócios: Destino - Tapiocaria e Café / Antonio Vicente Ribeiro de Almeida Júnior. – João Pessoa, 2018.

40f.: il.

Orientador(a): Profº Dr. Marcelo de Souza Bispo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) – UFPB/CCSA.

1. Plano de Negócios. 2. Empreendedorismo. 3. Microempresa. 4. Tapiocaria. 5. Cafeteria. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:658(043.2)

Gerada pelo Catalogar - Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica do CCSA/UFPB, com os dados fornecidos pelo autor(a).

Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

Aluno: Antonio Vicente Ribeiro de Almeida Júnior

Trabalho: Plano de Negócios: Destino - Tapiocaria e Café

Área da pesquisa: Empreendedorismo

Data de aprovação: 30/05/2018

Banca examinadora

Marcelo de Souza Bispo

Orientador

Elton Moura

Membro 1

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha família, em especial a minha mãe Claudilene Santos pelo apoio durante todo o período que estive na UFPB e ao meu irmão José Laurindo pelas noites de filmes que ajudaram a diminuir a pressão para entrega de resultados.

Agradeço a Joyce Oliveira pelo companheirismo e paciência, e por fim, mas não menos importante, agradeço aos amigos que criei dentro da UFPB e a Panela Paraibana pelos momentos de descontração e amizade durante essa jornada.

MERAKI

Do grego: fazer algo com alma, criatividade ou amor. Colocar parte de si em algo que está a fazer.

SUMÁRIO EXECUTIVO

Este plano de negócios tem como finalidade o planejamento de uma tapiocaria e café na cidade de João Pessoa, no sumário executivo o negócio será apresentado rápido e resumidamente e é através deste documento que investidores e qualquer pessoa que queira entender mais sobre o empreendimento recorrerá.

Todo o trabalho de conclusão teve como guia principal os materiais ofertados pelo Sebrae sobre empreendedorismo.

RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO NEGÓCIO

Entende-se por tapiocaria um estabelecimento com o foco no produto tapioca. O café foi considerado na pesquisa de mercado como o melhor acompanhamento na hora do consumo da tapioca, e diante disso ficou decidido que ele também receberá um maior destaque dentro do empreendimento, formando assim os dois principais produtos do negócio. Uma larga variedade de tapiocas e cafés serão ofertadas, bem como outros produtos como tortas, refrigerantes e sucos.

O público-alvo será formado por jovens, que possuem entre 15 e 30 anos de idade sem distinção de escolaridade e renda. A empresa será localizada na zona sul da cidade em uma região movimentada e de fácil acesso. O capital previsto para abertura é de R\$ 40.000,00, com um faturamento mensal pretendido de R\$ 20.000,00 e um tempo de retorno de investimento de aproximadamente cinco meses.

Indicadores	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Ponto de Equilíbrio	R\$ 282.063,56	R\$ 296.166,74	R\$ 310.975,07
Lucratividade	22,65%	22,65%	22,65%
Rentabilidade	265%	278%	292%

Todos os cálculos foram feitos levando-se em consideração sazonalidades, estimando-se um cenário realista e prevendo reajustes de 5% ao ano. Diante dos resultados o empreendimento se mostra um negócio viável e com grandes chances de sustentar e crescer, com índices de lucratividade ultrapassando os 20%.

DADOS DO EMPREENDEDOR

O empreendimento terá como empreendedor o estudante concluinte em Administração pela Universidade Federal da Paraíba, Antonio Vicente Ribeiro de Almeida Júnior, 22 anos, residente na Rua Maria Adalice da Costa Oliveira, 103, Barra de Gramame, João Pessoa-PB.

Ele foi estagiário na área administrativa do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia da Paraíba por dois anos, e também participou do Centro Acadêmico de Administração da UFPB, contribuindo na realização de eventos e atividades voltadas aos estudantes do curso. Ele acredita que essas experiências, e uma boa gestão de pessoas aliadas com a sua paixão pelo café serão a base para iniciar o negócio.

No empreendimento ele terá como principal atribuição a gerencia.

DADOS DO EMPREENDIMENTO

O nome da tapiocaria e café será Destino. A empresa ainda não possui CNPJ por isso no momento será disponibilizado apenas o CPF do empreendedor que é: 099.705.034-99. Conterá cinco funcionários, incluindo o proprietário, em sua abertura.

DEFINIÇÃO FILOSÓFICA DA EMPRESA

- **Missão:** Proporcionar uma alimentação saborosa e de qualidade em um ambiente diferenciado e com excelência no atendimento.
- **Visão:** Ser a referência do bairro quando o assunto for comida de boa qualidade.
- **Valores:** Criatividade, qualidade, respeito, trabalho em equipe.

SETORES DE ATIVIDADE

A Destino atuará no setor de comércio e segundo a classificação pelo faturamento a empresa se enquadrará como uma microempresa com potencial de se tornar uma pequena empresa ao longo dos anos.

FORMA JURÍDICA E ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

O empreendimento será uma Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI, pois será constituída por uma única pessoa, titular da totalidade do capital social. O enquadramento tributário será pelo Simples Nacional.

CAPITAL SOCIAL

O Capital Social será obtido através de financiamento bancário, deixando o sócio como dono de 100% da participação da empresa. Tendo uma previsão de pagamento do financiamento em até cinco meses após a abertura.

SUMÁRIO

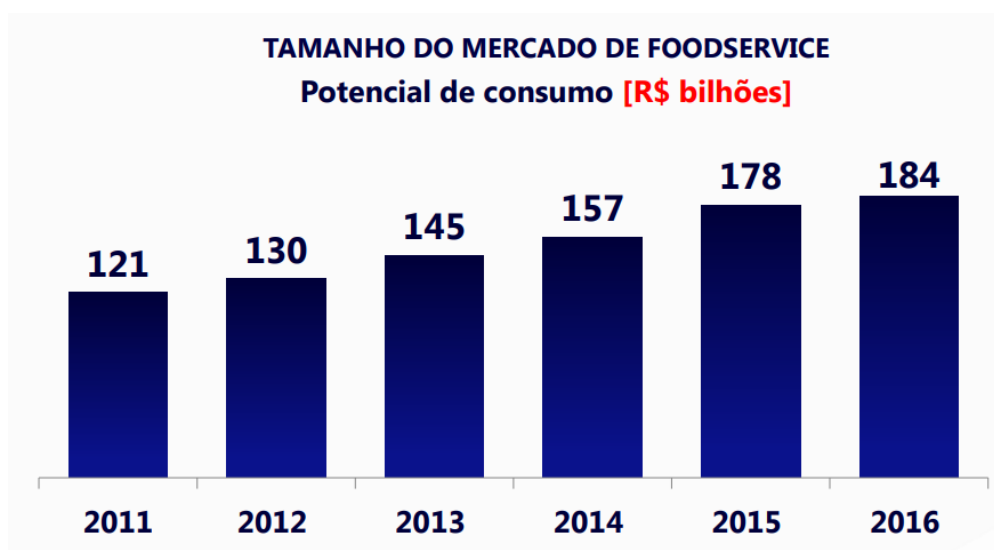
1	INTRODUÇÃO	11
2	PESQUISA DE MERCADO	13
2.1	DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO E OBJETIVOS DA PESQUISA	13
2.2	DEFINIÇÃO DA COLETA DOS DADOS	13
2.3	DEFINIÇÃO DO MÉTODO DE PESQUISA DE DADOS PRIMÁRIOS	13
2.4	DEFINIÇÃO DA AMOSTRA	14
2.5	ELABORAÇÃO DOS INSTRUMENTOS DE PESQUISA	14
2.6	APLICAÇÃO DA PESQUISA	14
2.7	TABULAÇÃO DOS DADOS	15
2.8	ELABORAÇÃO DO RELATÓRIO FINAL	15
2.9	TOMADA DE DECISÃO	21
3	ANÁLISE DE MERCADO	22
3.1	ESTUDO DOS CLIENTES	22
3.1.1	PÚBLICO-ALVO	22
3.1.2	COMPORTAMENTO DOS CLIENTES	22
3.1.3	ÁREA DE ABRANGÊNCIA	22
3.2	ESTUDO DOS CONCORRENTES	22
3.3	ESTUDO DOS FORNECEDORES	24
4	PLANO DE MARKETING	25
4.1	PRODUTOS E SERVIÇOS	25
4.2	PREÇO	25
4.3	ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS	25
4.4	ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO	26
4.5	LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	26
5	PLANO OPERACIONAL	27

5.1	LAYOUT	27
5.2	CAPACIDADE INSTALADA	27
5.3	PROCESSOS OPERACIONAIS	27
5.4	NECESSIDADE DE PESSOAL.....	28
6	PLANO FINANCEIRO	29
7	AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	33
8	CONCLUSÃO.....	35
	REFERÊNCIAS	36
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PESQUISA DE MERCADO.....	37

1 INTRODUÇÃO

A Associação Brasileira dos Produtores de Amido de Mandioca (ABAM) organização que é referência no mercado da mandioca juntamente com o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA) da Esalq/USP, possuem dados favoráveis para o investimento no setor. Usando dados até o ano de 2015 a pesquisa realizada pelo CEPEA juntamente com a ABAM mostrou que a produção brasileira de fécula de mandioca cresceu 17% em 2015 e ultrapassou 750 mil toneladas, a maior dos últimos 25 anos. Entre os anos de 2014 e 2015, a quantidade de mandioca processada cresceu 9,6%, totalizando 2,55 milhões de toneladas.

As tapiocarias fazem parte do mercado de alimentação fora do lar, também chamados de food service, que segundo dados do Instituto Foodservice Brasil (IFB) teve um crescimento de 3% em 2016 e faturou 184 bilhões de reais, isso confirma uma tendência no comportamento das famílias brasileiras que cada vez mais estão saindo para comer fora de casa.



Fonte: Instituto Foodservice Brasil (IFB)

Também é importante ressaltar os benefícios trazidos pela tapioca, pois ela é um alimento natural com baixo teor de sódio, sem gordura, rico em carboidratos de fácil digestão e sem glúten, além disso, pode ser servida com uma extensa variedade de recheios e acompanhamentos. Foi observado na pesquisa de mercado que será apresentada com mais detalhes no decorrer do trabalho, que o café foi escolhido pelo nosso público-alvo como o principal acompanhamento na hora do consumo da tapioca, produto esse que segundo estudos da Associação Brasileira da Indústria do Café (ABIC) vem mostrando um consumo crescente e linear, e juntamente com a tapioca ficou decidido que ele será o carro-chefe do empreendimento.

O comércio da tapioca já é consolidado no município de João Pessoa, com os estabelecimentos localizados principalmente na feirinha de Tambaú, food parks ou em pequenos comércios informais pelas ruas da cidade, diante da oportunidade, a Destino irá surgir como uma nova opção no segmento, buscando oferecer para os Pessoenses um ambiente diferenciado dos estabelecimentos já citados, além de uma extensa variedade de produtos e qualidade no atendimento.

2 PESQUISA DE MERCADO

2.1 DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO E OBJETIVOS DA PESQUISA

O público-alvo da pesquisa foi formado pelos habitantes da cidade de João Pessoa sem distinção de escolaridade e renda.

O principal objetivo da pesquisa é conhecer e entender as preferências e hábitos no que se referem as saídas para se alimentar e confraternizar do nosso público-alvo, para assim criar estratégias eficazes para atração e fidelização.

Os objetivos secundários dão apoio ao objetivo da pesquisa e auxiliam na construção do instrumento de pesquisa, estando dispostos abaixo:

- Identificar dados demográficos dos possíveis clientes;
- Identificar dados comportamentais sobre os hábitos dos frequentadores de lanchonetes;
- Identificar as variáveis que motivam o público a frequentar uma tapiocaria e café.

Outros objetivos secundários que também poderão ser encontrados são:

- Identificar e avaliar os possíveis concorrentes do negócio;
- Definição do local do empreendimento.

2.2 DEFINIÇÃO DA COLETA DOS DADOS

A coleta de dados se deu através de fontes primárias e secundárias. O estudo do mercado por fontes já existentes serviu para ter uma ideia geral do setor e das projeções a nível regional e nacional nos próximos anos, com o seu resultado já sendo contemplado na introdução. Já a coleta primária teve como principal função atender aos objetivos explicitados no item 2.1.

2.3 DEFINIÇÃO DO MÉTODO DE PESQUISA DE DADOS PRIMÁRIOS

A pesquisa se deu pelo método quantitativo, através da captação dos dados primários por meio de um questionário online com os potenciais consumidores.

A pesquisa quantitativa buscou captar da melhor maneira possível a opinião e a preferência de todos os possíveis consumidores. Sendo aplicada inteiramente através das redes sociais, e divulgada tanto diretamente quanto em grupos que possuam o público pretendido. A opção pela pesquisa online se deve pelo baixo custo, maior cobertura e maior facilidade de tabulação de dados.

2.4 DEFINIÇÃO DA AMOSTRA

A definição da amostragem seguiu o padrão para esses cálculos onde se deve considerar as seguintes variáveis: população, nível de confiança, erro amostral e Split (ou grau de homogeneidade da população). Segundo o levantamento do IBGE de 2010 a população de pessoas com acesso à internet na cidade de João Pessoa é de aproximadamente 400.000. O nível de confiança adotado foi 95% e o erro amostral de 5%, e como não houve necessidade de uma pesquisa extremamente acurada, foram usados números padrões. Por fim, o Split foi o de 80/20 visto que a população de João Pessoa com acesso à internet não possui um nível de heterogeneidade tão grande sendo quase que inteiramente jovens entre 15 e 30 anos. Sabendo-se disso o tamanho da amostra foi calculado em 246 questionários.

2.5 ELABORAÇÃO DOS INSTRUMENTOS DE PESQUISA

O questionário foi elaborado de forma simples e direta, de forma que seu preenchimento não fosse cansativo para assim atrair o público pretendido.

O questionário foi criado via formulários google, tendo em sua maioria questões objetivas e apenas uma questão subjetiva não obrigatória onde foi pedida alguma sugestão.

O questionário se dividiu em duas partes:

A primeira mais geral abrangeu os dois primeiros objetivos específicos: identificar os dados demográficos e comportamentais. Nela um perfil do cliente padrão tentará ser traçado.

A segunda focou em identificar as motivações que levam o público a frequentar uma tapiocaria e café. É através dela que poderá se destacar o possível diferencial competitivo do empreendimento.

2.6 APLICAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa foi aplicada através do formulários google entre os dias 12 e 30 de outubro de 2017 e teve um total de 214 entrevistados. O pesquisador decidiu não continuar, pois os resultados já vinham mantendo uma tendência. O maior número de respostas se deu nos dois primeiros dias após o começo da divulgação do questionário onde foram captadas 101 respostas.

2.7 TABULAÇÃO DOS DADOS

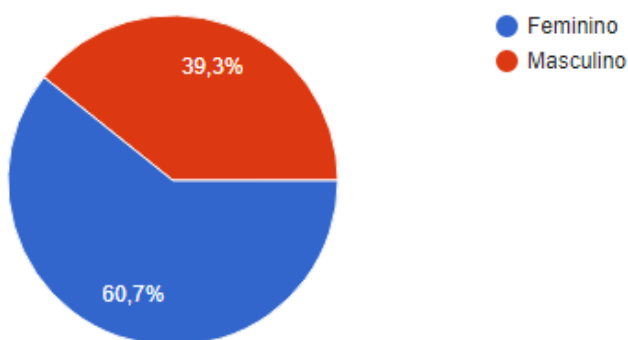
Todos os dados coletados pelo formulário google são automaticamente tabulados e inscritos em uma planilha, porém alguns dados foram exportados para o Microsoft Excel para serem melhor analisados.

2.8 ELABORAÇÃO DO RELATÓRIO FINAL

A pesquisa conteve um total de 214 respostas divididas entre 84 homens e 130 mulheres.

Gênero:

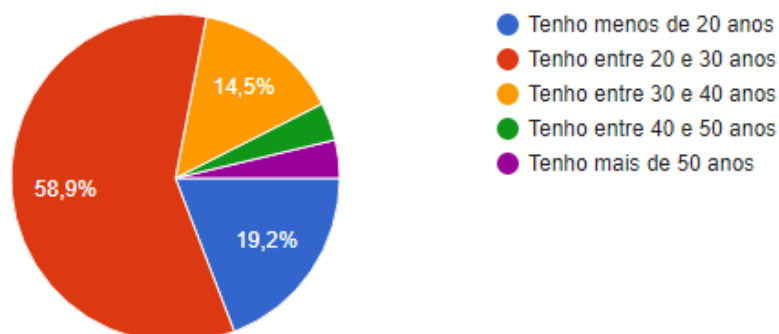
214 respostas



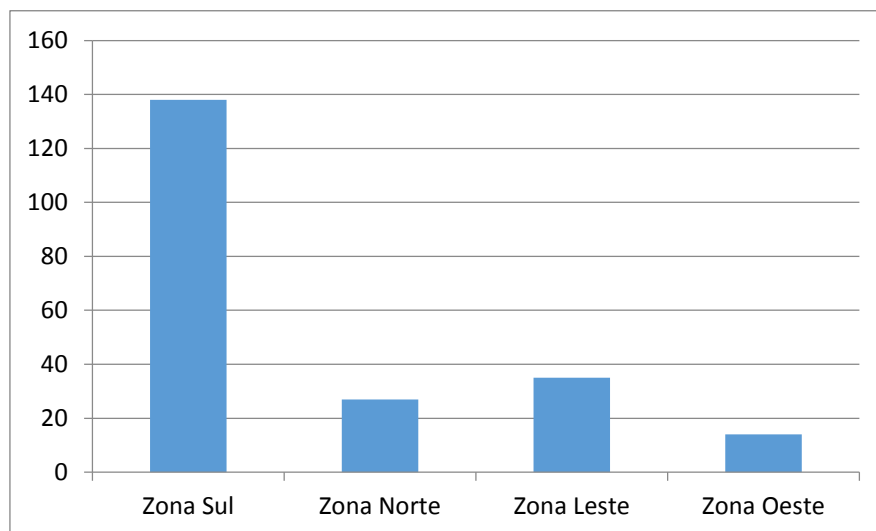
Como já era esperado a maioria dos respondentes foram os da faixa etária abaixo dos 30 anos, correspondendo 78,1% das respostas, se levarmos em conta a faixa etária até os 40 anos essa porcentagem chega a 92,6%, isso pode ser explicado devido aos jovens serem os principais usuários das redes sociais onde a pesquisa foi aplicada.

Qual a sua idade?

214 respostas



Para uma melhor análise, os bairros foram divididos por zonas. As subdivisões foram: Zona Sul (Bancários, Mangabeira, Valentina, etc.), Zona Norte (Centro, Torre, Tambiá, etc.), Zona Leste (Tambaú, Cabo Branco, Altiplano, etc.), Zona Oeste (Cruz das Armas, Jaguaribe, Cristo Redentor, etc.).

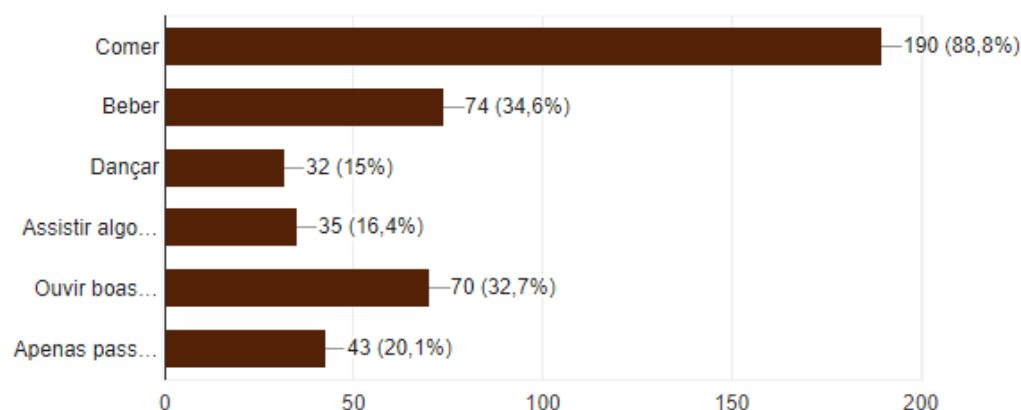


Como pode-se observar todas as zonas foram abrangidas, porém a Zona Sul se destacou das demais, o grande número de respostas desta zona pode ser explicado por nela estarem situados os bairros mais populosos da cidade e como a pesquisa foi divulgada aleatoriamente, ela acabou por ser um reflexo populacional do município.

Partindo para as questões mais específicas foi observado que o público tem três escolhas principais na hora de sair: comer, beber e ouvir boas músicas. Com sair para comer se destacando com certa folga das demais, essa informação é pertinente pois esse será o foco do empreendimento e se aliado com um bom ambiente poderá captar facilmente a clientela.

Quando você sai de casa, prefere um local para?

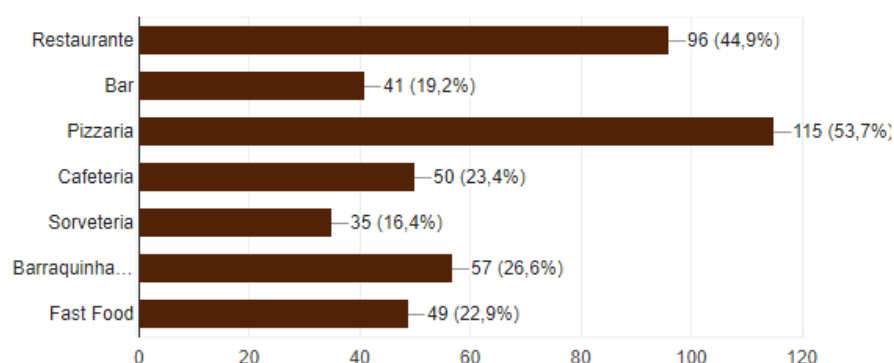
214 respostas



Dentre as alternativas abaixo a que mais se encaixa com o perfil do negócio é a cafeteria, sendo ela a quarta opção mais escolhida dentre os locais que o público frequenta. Porém, vale destacar que a quantidade de pizzarias e restaurantes na cidade é muito superior em relação aos outros estabelecimentos e o fator localização pode ter influenciado na escolha das alternativas.

Saindo pra comer, onde você prefere ir?

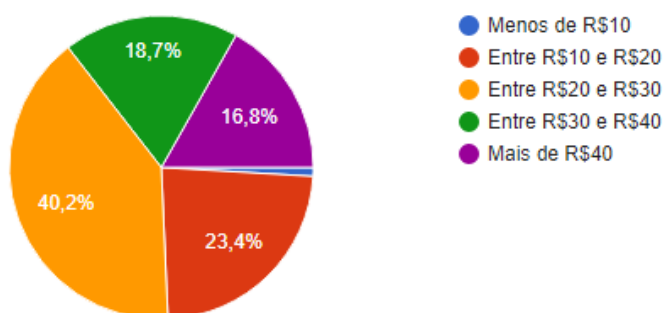
214 respostas



Quando perguntados sobre a média de gastos nos lugares indicados, 82,3% das respostas se situou entre R\$ 10 e R\$ 40. Essa margem deixa uma boa folga para se trabalhar e definir o preço de venda dos produtos.

Geralmente quanto você gasta quando vai para algum desses locais?

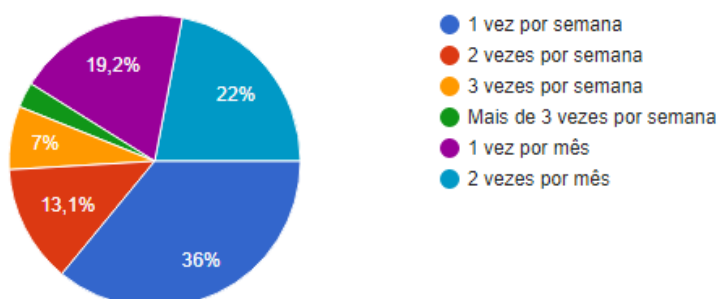
214 respostas



Quanto ao número de vezes que costumam sair por semana chegamos a 120 respostas de saída entre 1 e 3 dias, o que equivale a 56,1% do total. Informação que ajudará no plano financeiro, tanto a formar uma previsão de vendas quanto a definir um faturamento semanal e mensal. Destaca-se também que os dias mais votados para sair foram sábado, sexta e domingo respectivamente, notando assim uma grande preferência do público em sair no fim de semana.

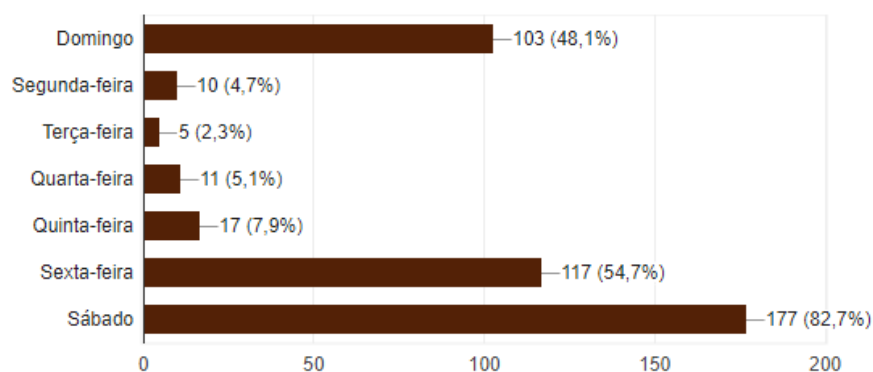
Com que frequência você sai pra comer nesses locais?

214 respostas



Quais dias você prefere pra sair?

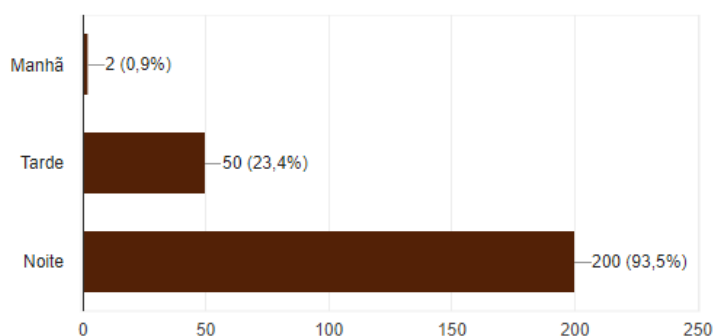
214 respostas



Quanto a preferência de horários para sair, o turno da noite se destacou com bastante folga, tendo 93,5% de preferência por parte dos entrevistados, sendo esse o horário mais indicado de abertura.

E o melhor horário para sair é pela?

214 respostas

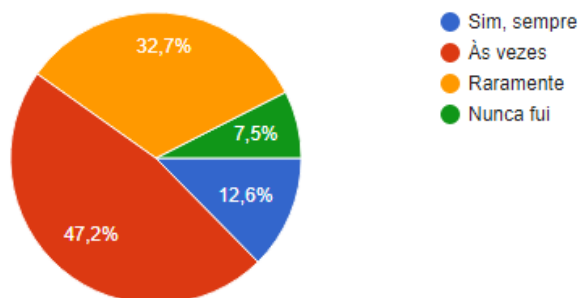


Partindo para as perguntas mais específicas a tapiocarias e cafeterias, foi percebido que 171 (79,9%) entrevistados costumam ir raramente ou ocasionalmente em tapiocarias e

cafés, se forem inclusos os que vão sempre para esses lugares temos 92,5%, o que nos dá um ótimo mercado para ser explorado.

Você costuma frequentar Tapiocarias/Cafeterias?

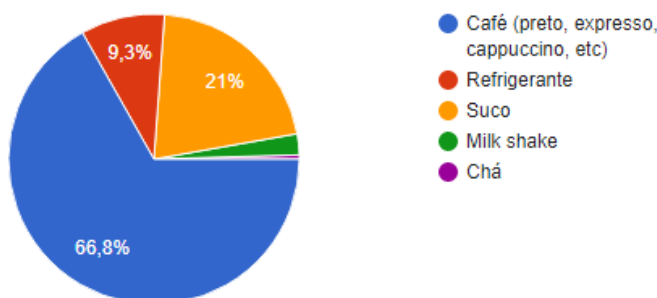
214 respostas



Em seguida foi perguntado qual o melhor acompanhamento na hora de comer tapioca, e para 143 (66,8%) dos entrevistados o café é o principal escolhido, seguido pelo suco com 21% e pelo refrigerante com 9,3%. Diante das respostas ficou decidido que o café será um dos carro-chefes do empreendimento já que ele é o complemento ideal para a tapioca além de oferecer mais um leque de opções para os clientes.

Qual o melhor acompanhamento na hora de comer Tapioca?

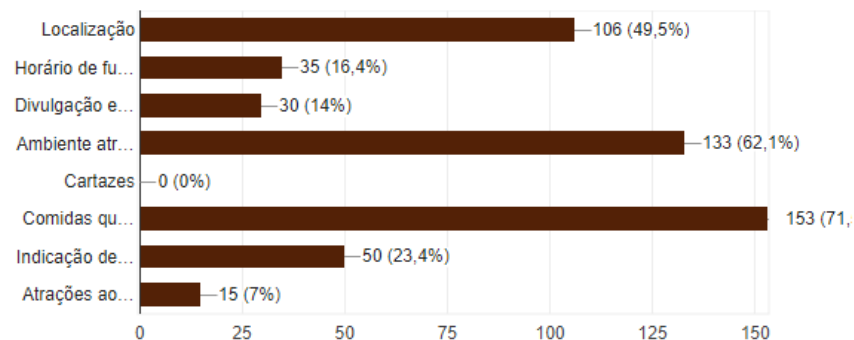
214 respostas



Na pergunta sobre a motivação para se visitar um local novo, três alternativas se destacaram bastante, foram elas respectivamente: comidas que agradam o paladar, ambiente atrativo e localização. Boas ideias poderão ser tiradas daí como por exemplo a contratação de uma empresa de design de interiores e arquitetura e que o empreendimento seja localizado em um local central, já que os pesos que foram dados para essas alternativas as tornam fatores críticos de sucesso do negócio.

O que te atrai quando vai conhecer um local novo?

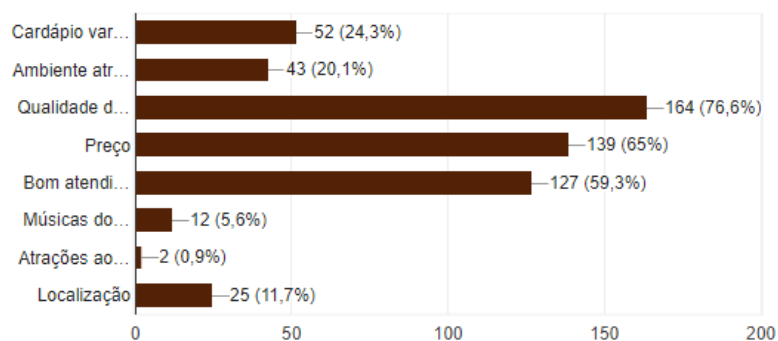
214 respostas



E perguntando sobre o que provoca a fidelização dos clientes, qualidade da comida, preço e bom atendimento foram as alternativas que mais se destacaram. Para isso algumas medidas que poderão ser tomadas serão a revisão constante dos materiais que serão usados para preparo das tapiocas e dos cafés, contratação de pessoas que naturalmente gostam de atender bem e saibam lidar com adversidades, e cobranças de preços justos de acordo com a realidade onde a Destino será inserida.

E o que te faz voltar a esse lugar?

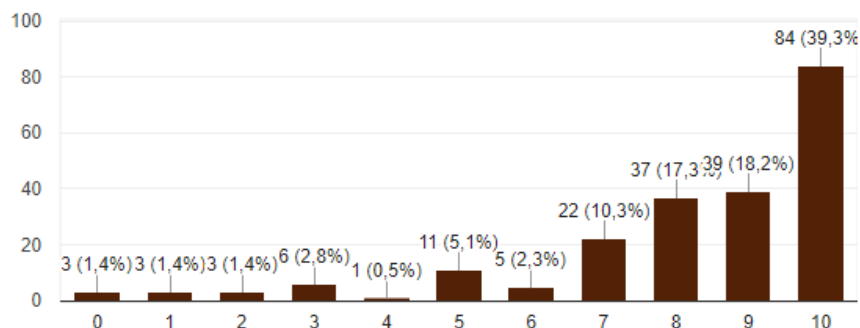
214 respostas



Já finalizando o questionário foi perguntado de 0 a 10, o que o público acha da ideia de uma tapiocaria/café no seu bairro, com 0 sendo “Péssima ideia! Encontrem outro lugar” e 10 “Ótima ideia! Quero para ontem! ”.

O que você acha da ideia de uma Tapiocaria/Café no seu bairro?

214 respostas



Como observado, há uma enorme aceitação por parte do público em ter uma tapiocaria/café no seu bairro, com um percentual que chega a 85,1% somando as pontuações de 7 a 10. Alguns dos fatores que podem estar relacionados a essa grande aceitação podem ser o gosto dos pessoenses pela tapioca ou pelo café e a ideia de algo novo no bairro que fuja dos padrões convencionais.

No fim do questionário foi deixado um espaço aberto para sugestões, todas as respostas foram lidas e as que forem possíveis serão atendidas. A exemplo de inovação nos sabores, divulgação diferenciada, qualidade no serviço e na comida.

2.9 TOMADA DE DECISÃO

Levando em conta os resultados obtidos da pesquisa, foi verificado que é viável a abertura de uma tapiocaria e café na cidade de João Pessoa. A tapiocaria seguiria as orientações já vistas ao longo do relatório da pesquisa de mercado e conteria elementos que se destacaram nas sugestões dadas pelo público.

3 ANÁLISE DE MERCADO

3.1 ESTUDO DOS CLIENTES

3.1.1 PÚBLICO-ALVO

Como constatado na pesquisa, o público-alvo será formado por jovens da zona sul pessoense, que possuem entre 15 e 30 anos de idade sem distinção de escolaridade e renda, porém a pesquisa teve uma grande aceitação por parte dos estudantes universitários o que os define como um público em potencial. Ao invés de pesquisar a renda familiar e delimitá-la, foi optado por avaliar o cliente pelo valor que ele costuma gastar em estabelecimentos semelhantes à tapiocarias e cafeterias, já que nem sempre a renda pessoal reflete a forma como uma pessoa gasta seu dinheiro.

3.1.2 COMPORTAMENTO DOS CLIENTES

Os principais motivos que levam nossos clientes a comprar são: qualidade da comida, preço e bom atendimento.

Levando em conta que nossos clientes costumam usar serviços semelhantes duas vezes por semana, foi projetado um ticket médio em torno de R\$ 20,00, que foi calculado a partir do número de respostas e da média dos valores presentes na pesquisa de mercado. Portanto, a revisão constante dos materiais que serão usados para o preparo das tapiocas e dos cafés, além da contratação de pessoas que naturalmente gostam de atender bem e saibam lidar com contratempos serão as prioridades iniciais da Destino para fidelizar esses clientes.

3.1.3 ÁREA DE ABRANGÊNCIA

Zona sul da cidade de João Pessoa, e os clientes serão formados basicamente por estudantes de escolas e universidades, moradores da região ou até mesmo pessoas que estejam de passagem pelo local.

3.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES

Foi optado por analisar concorrentes apenas da zona sul da cidade. A análise ocorreu pelo método do cliente oculto nos estabelecimentos citados abaixo:

Empresa	Sabor e Prosa Tapiocaria
Qualidade	Comidas de ótima qualidade e um cardápio variado
Preço	Preços um pouco mais caros que a média, porém em

	compensação oferece um ambiente bastante agradável e familiar
Condições de Pagamento	Dinheiro e cartão
Localização	Rua Walfredo Macedo Brandão - Jardim Cidade Universitária – Bancários, nas proximidades do Trevo de Mangabeira
Atendimento	Bom atendimento, porém há um pouco de demora na entrega do pedido
Serviço aos Clientes	Além das tapiocas, também oferece outras opções de comidas regionais. Ambiente agradável e diversas formas de pagamento.

Empresa	Cantinho da Benção Tapiocaria
Qualidade	Tapiocas com boa qualidade, porém com pouca variedade de opções
Preço	Mais baixos que a média
Condições de Pagamento	Dinheiro
Localização	Avenida Emília de Mendonça Gomes - Valentina de Figueiredo
Atendimento	Atendimento e entrega da comida são feitos rapidamente, já que o pedido é feito diretamente no caixa
Serviço aos Clientes	Nenhum

Empresa	Rodízio do Paulista
Qualidade	Possui uma grande variedade de pizzas e massas, todas com boa qualidade
Preço	Mais alto que a média da cidade, porém realiza promoções frequentemente
Condições de Pagamento	Dinheiro e cartão
Localização	Rua Walfredo Macedo Brandão - Jardim Cidade Universitária
Atendimento	Bom atendimento, rápido e padronizado, porém às vezes torna-se muito apressado devido ao grande fluxo de clientes que ficam na fila de espera
Serviço aos Clientes	Rodízio de massas completo, incluindo ainda refrigerantes,

	sucos e milk-shakes. Diversas formas de pagamento.
--	--

A Sabor e Prosa Tapiocaria juntamente com o Rodízio do Paulista se destacam principalmente pela variedade e comidas de qualidade, além disso, a Sabor e Prosa também se destaca pelo ambiente agradável e familiar.

3.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES

Nº	01	02	03	04	05	06
Descrição dos itens a serem adquiridos	Massa de Tapioca	Cafés (Tradicional , Gourmert)	Sucos (Frutas)	Refrigerantes	Salgados , doces, etc	Produtos gerais de cozinha e limpeza
Fornecedor	A definir	A definir	Ceasa	Ambev	A definir	A definir
Condições de pagamento	À vista	Prazo (curto)	À vista	Prazo (curto)	À vista	À vista
Prazo de entrega	Imediato	Uma semana	Imediato	Uma semana	Imediato	Uma semana
Localização	A definir	A definir	Cristo – João Pessoa	Distrito Ind. – João Pessoa	A definir	A definir

4 PLANO DE MARKETING

4.1 PRODUTOS E SERVIÇOS

A Destino captará receita exclusivamente através da venda de alimentos e bebidas. Os esforços de venda serão focados nos produtos listados abaixo, podendo haver modificações conforme o feedback dos clientes, visando assim sempre deixar um cardápio enxuto e eficaz operacionalmente.

Nº	Produtos/ Serviços
01	Tapiocas: produto que será o carro-chefe do empreendimento, serão oferecidos diferentes tipos dessa massa, com a proposta inicial sendo de até 20 sabores.
02	Cafés: produto bastante requisitado na pesquisa e considerado como o principal acompanhamento na hora do consumo da tapioca, por isso terá destaque dentro da Destino.
03	Bebidas: sucos e refrigerantes.
04	Doces: outra opção para fechar o cardápio do café, serão oferecidos bolos, tortas, etc.

4.2 PREÇO

Com base na análise da concorrência ficou definido uma faixa de preço que será na média da zona sul cidade, serão feitos estudos regulares dos pedidos afim de analisar a margem de saída dos produtos deixando no cardápio apenas aqueles que forem mais viáveis para o negócio.

4.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

As estratégias promocionais que ficaram definidas para a Destino foram:

a) Divulgação em mídias digitais: através principalmente do Instagram usaremos de publicidade direcionada para atrair o público-alvo, também serão feitas promoções para estimular os clientes a trazerem os amigos para frequentar a Destino, interações com o público, além da troca de divulgação com influenciadores digitais.

b) Criação de um cartão fidelidade: a cada dez compras feitas o cliente ganhará uma cortesia.

c) Divulgação nas rádios e panfletagem nos arredores do empreendimento durante a época de inauguração.

d) Participação em eventos da área sobre empreendedorismo buscando atingir um público mais empresarial facilitando assim futuras parcerias.

4.4 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

Inicialmente todos os produtos serão comercializados dentro do estabelecimento e entregues nele, porém futuramente a ideia é que a Destino tenha um delivery terceirizado para entregas à domicílio.

4.5 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

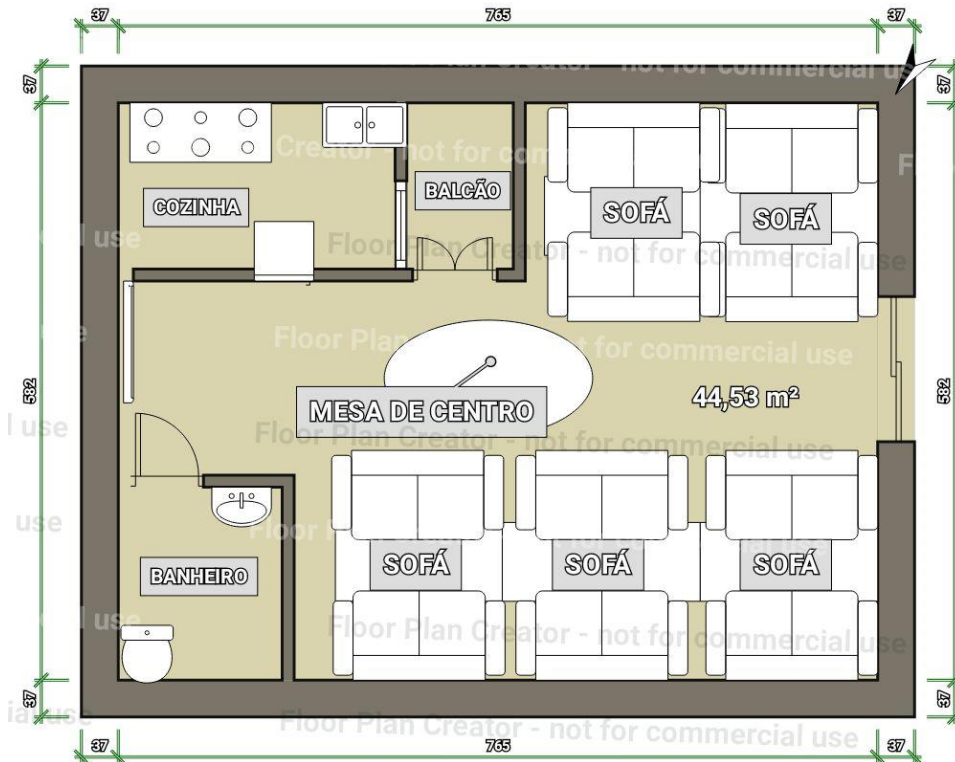
Endereço	Rua Walfredo Macedo Brandão
Bairro	Jardim Cidade Universitária – Bancários
Cidade	João Pessoa
Estado	Paraíba
Fone	(83) 99948-7263

A região da Rua Walfredo Macedo Brandão foi escolhida como ponto do negócio, pois possui um movimento constante, e também onde se localiza grande parte do público-alvo do estabelecimento. A ideia de escolha foi para aproveitar o grande fluxo, tanto de pedestres quanto de veículos na região, outro ponto levado em consideração foi a proximidade de universidades como a UFPB e a Unipê e por fim há uma tendência cada vez maior de estabelecimentos culinários localizados nessa área da cidade.

O preço médio para locação de um imóvel nessa localização ficou em torno de R\$ 1.400,00 (entre 30-60m²) e mesmo ainda não tendo sido fechado, foi projetado este valor no plano financeiro.

5 PLANO OPERACIONAL

5.1 LAYOUT



O layout proposto busca oferecer um ambiente aconchegante e confortável para o cliente, dispondo de banheiro, ambiente climatizado, mesas com sofás para até 6 pessoas e uma mesa de centro que funcionaria como uma espécie de balcão que comporta até 10 pessoas.

5.2 CAPACIDADE INSTALADA

A Tapiocaria cheia terá capacidade para aproximadamente 40 pessoas sentadas.

O empreendimento trabalhará com uma proposta inicial de capacidade produtiva de 100 tapiocas por dia nos dias úteis e 200 nos finais de semana, com esses números podendo sofrer variações de acordo com a análise da demanda semanal.

5.3 PROCESSOS OPERACIONAIS

Os principais processos operacionais da Tapiocaria serão respectivamente: compras, definição do cardápio, preparação dos pratos, controles financeiros e atendimento ao cliente. A seguir será mostrado o responsável por cada um desses processos e se necessário será feito um Processo Operacional Padrão (POP) para facilitar a apresentação.

- Compras: O proprietário será o responsável pelas compras, a verificação do estoque será feita diariamente para um maior controle. Será feito um levantamento das necessidades do período para os fornecedores que atendem com entrega programada (semanal ou mensal). O objetivo é ter sempre um estoque enxuto.
- Definição do cardápio: O cardápio será definido pelo proprietário com base no estudo da demanda.
- Preparação dos pratos: Será feita pelo cozinheiro de acordo com a chegada dos pedidos.
- Controles financeiros: Será feito exclusivamente pelo proprietário através de um software específico.
- Atendimento ao cliente: Será feito inicialmente pelo garçom mas envolverá praticamente toda a equipe do empreendimento, por isso é considerado como o principal processo. Abaixo segue o POP:
 - 1 - Garçom: Abordar o cliente;
 - 2 - Garçom: Anotar o pedido;
 - 3 – Cozinheiro: Receber o pedido e colocar na fila;
 - 4 – Cozinheiro: Preparar o pedido;
 - 5 – Garçom: Entregar o pedido;
 - 6 – Garçom: Quando pedido, entregar a conta;
 - 7 – Caixa: Receber o pagamento e fechar a conta.

5.4 NECESSIDADE DE PESSOAL

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
01	Cozinheiro	Organização, experiência na área, higiene pessoal, ser ágil e ter disponibilidade para trabalhar em finais de semana e feriados.
02	Garçom	Saber atender bem, ter experiência em áreas similares, ser simpático, saber lidar com adversidades, não ter medo de desafios.
03	Barista	Mesmas qualificações do garçom com o diferencial de possuir um curso de barista.
04	Caixa	Organização, conhecimento de rotinas bancárias e informática, ser controlado e simpático.

6 PLANO FINANCEIRO

A seguir será apresentado todo o plano financeiro do empreendimento:

INVESTIMENTO TOTAL	
INVESTIMENTOS FIXOS	R\$ 24.869,55
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	R\$ 5.684,00
CAPITAL DE GIRO	R\$ 8.245,88
TOTAL	R\$ 38.799,43

INVESTIMENTOS FIXOS				
Ordem	Descrição	Qtd	Valor	Total
1	Mesas	6	R\$ 300,00	R\$ 1.800,00
2	Cadeiras	14	R\$ 70,00	R\$ 980,00
3	Balcão	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
4	Ar condicionado com instalação	1	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00
5	Armário Aereo	3	R\$ 250,00	R\$ 750,00
6	Prateleiras	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
7	Armários	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
8	TV com suporte	1	R\$ 1.050,00	R\$ 1.050,00
9	Extintor de incêndio ABC	1	R\$ 110,00	R\$ 110,00
10	Sofás	10	R\$ 250,00	R\$ 2.500,00
11	CPU / Servidor	1	R\$ 1.550,00	R\$ 1.550,00
12	Monitor	1	R\$ 445,00	R\$ 445,00
13	Impressora Não Fiscal	1	R\$ 859,90	R\$ 859,90
14	Computador	1	R\$ 1.350,00	R\$ 1.350,00
15	No break	1	R\$ 395,00	R\$ 395,00
16	Roteador	1	R\$ 490,00	R\$ 490,00
17	Cardápios	30	R\$ 20,00	R\$ 600,00
18	Sistema de Segurança	1	R\$ 792,00	R\$ 792,00
19	Rodo	1	R\$ 14,00	R\$ 14,00
20	Balde	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00

21	Vassoura	1	R\$ 14,00	R\$ 14,00
22	Lixeira	2	R\$ 30,00	R\$ 60,00
23	Panos de chão	4	R\$ 3,50	R\$ 14,00
24	Depurador de Ar	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
25	Freezer	1	R\$ 1.250,00	R\$ 1.250,00
26	Chapa	1	R\$ 540,00	R\$ 540,00
27	Liquidificador	1	R\$ 155,00	R\$ 155,00
28	Refrigerador	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
29	Estufa para doces	1	R\$ 500,65	R\$ 500,65
30	Leiteira Pitcher	2	R\$ 150,00	R\$ 300,00
31	Tamper	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00

32	Gaveteiro	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
33	Polvilhador	2	R\$ 60,00	R\$ 120,00
34	Conjunto de Colheres de Preparo	1	R\$ 25,00	R\$ 25,00
35	Tábuas de Preparo	2	R\$ 45,00	R\$ 90,00
36	Espátulas	2	R\$ 15,00	R\$ 30,00
37	Espátula para Bolo	1	R\$ 12,00	R\$ 12,00
38	Bandejas de Serviço	10	R\$ 8,00	R\$ 80,00
39	Conjunto Colheres de Sobremesa	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
40	Conjunto Garfos de Sobremesa	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
41	Conjunto Facas de Sobremesa	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
42	Conjunto de Facas e Garfos para Pratos	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
43	Xícaras Expresso	24	R\$ 11,00	R\$ 264,00
44	Xícaras Chá/Capuccino	24	R\$ 12,00	R\$ 288,00
45	Molheira	20	R\$ 5,00	R\$ 100,00
46	Copos 500ml	25	R\$ 12,00	R\$ 300,00
47	Copos 300mL	25	R\$ 7,00	R\$ 175,00
48	Pratos	30	R\$ 10,90	R\$ 327,00
49	Pratos de Sobremesa	10	R\$ 8,90	R\$ 89,00
50	Aro modelador de tapioca	2	R\$ 25,00	R\$ 50,00
51	Conjunto de Panelas	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
52	Despesa do Frete de Entrega	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
53	Galheteiros	8	R\$ 20,00	R\$ 160,00
TOTAL				R\$ 24.869,55

DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS				
Ordem	Descrição	Qtd	Valor	Total
1	Aluguel	1	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00
2	Preparo de Alimentos	1	R\$ 340,00	R\$ 340,00
3	Material de Divulgação	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
4	Despesas com Mídias de Divulgação	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
5	Reformas estruturais	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
6	Pintura e acabamento	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
7	Despesas de Abertura (Cartorais e Jurídicas)	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
8	Contador	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
9	Roupa Cozinheiro(s)	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00
10	Despesas Bancárias	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
11	Fardamentos (Camisetas)	6	R\$ 24,00	R\$ 144,00
TOTAL				R\$ 5.684,00

CAPITAL DE GIRO				
Ordem	Descrição	Qtd	Valor	Total
1	Caixa	1	R\$ 8.245,88	R\$ 8.245,88

FLUXO DE CAIXA							
Descrição	Investimento	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Saldo Inicial	-	-	R\$ 12.055,21	R\$ 21.971,51	R\$ 110.439,96	R\$ 220.879,92	R\$ 328.183,71
Capital Próprio	R\$ 38.799,43	-	-	-	R\$ 38.799,43	-	-
Capital de Terceiros	-	-	-	-	-	-	-
Receita Total	-	R\$ 43.032,00	R\$ 39.120,00	R\$ 37.164,00	R\$ 453.792,00	R\$ 476.481,60	R\$ 500.305,68
Receita de Vendas (dinheiro)	-	R\$ 34.425,60	R\$ 31.296,00	R\$ 29.731,20	R\$ 363.033,60	R\$ 381.185,28	R\$ 400.244,54
Receita de Vendas (débito)	-	R\$ 4.303,20	R\$ 3.912,00	R\$ 3.716,40	R\$ 45.379,20	R\$ 47.648,16	R\$ 50.030,57
Receita de Vendas (crédito)		R\$ 4.303,20	R\$ 3.912,00	R\$ 3.716,40	R\$ 45.379,20	R\$ 47.648,16	R\$ 50.030,57
Outras Entradas	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL DE ENTRADAS	R\$ 38.799,43	R\$ 43.032,00	R\$ 39.120,00	R\$ 37.164,00	R\$ 492.591,43	R\$ 476.481,60	R\$ 500.305,68
TOTAL DE SAÍDAS	R\$ 38.799,43	R\$ 30.976,79	R\$ 29.203,70	R\$ 28.317,16	R\$ 382.151,47	R\$ 369.177,81	R\$ 387.636,70
SALDO	-	R\$ 12.055,21	R\$ 9.916,30	R\$ 8.846,85	R\$ 110.439,96	R\$ 107.303,79	R\$ 112.668,98
FLUXO LÍQUIDO DE CAIXA	-	R\$ 12.055,21	R\$ 21.971,51	R\$ 30.818,36	R\$ 220.879,92	R\$ 328.183,71	R\$ 440.852,69

DRE							
Nº	Descrição	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Ano 1	Ano 2	Ano 3
1.1	Receita Bruta Operacional	R\$ 43.032,00	R\$ 39.120,00	R\$ 37.164,00	R\$ 453.792,00	R\$ 476.481,60	R\$ 500.305,68
1.2	(-) Deduções	R\$ 2.581,92	R\$ 2.347,20	R\$ 2.229,84	R\$ 27.227,52	R\$ 28.588,90	R\$ 30.018,34
1.3	Custos Operacionais	R\$ 16.491,75	R\$ 14.992,50	R\$ 14.242,88	R\$ 182.158,88	R\$ 191.266,82	R\$ 200.830,16
1.4	Lucro Bruto	R\$ 23.958,33	R\$ 21.780,30	R\$ 20.691,29	R\$ 244.405,61	R\$ 256.625,89	R\$ 269.457,18
1.5	Despesas Operacionais	R\$ 11.422,80	R\$ 11.422,80	R\$ 11.422,80	R\$ 137.073,60	R\$143.927,28	R\$ 151.123,64
1.5.1	Despesas Administrativas	R\$ 4.350,00	R\$ 4.350,00	R\$ 4.350,00	R\$ 52.200,00	R\$ 54.810,00	R\$ 57.550,50
1.5.2	Despesas de Marketing	R\$100,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.260,00	R\$1.323,00
1.5.3	Despesas de Pessoal	R\$ 6.972,80	R\$ 6.972,80	R\$ 6.972,80	R\$ 83.673,60	R\$ 87.857,28	R\$ 92.250,14
1.6	Resultado Financeiro	R\$ 430,32	R\$ 391,20	R\$ 371,64	R\$ 4.537,92	R\$ 4.764,82	R\$ 5.003,06
1.7	Outros	-	-	-	-	-	-
1.8	Lucro Líquido	R\$ 12.105,21	R\$ 9.966,30	R\$ 8.896,85	R\$ 102.794,09	R\$ 107.933,79	R\$ 113.330,48

Indicadores				
Ano	Mês 1	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Índice da Margem de Contribuição	62%	60%	60%	60%
Ponto de Equilíbrio	R\$ 23.404,78	R\$ 282.063,56	R\$ 296.166,74	R\$ 310.975,07
Lucratividade	28%	22,65%	22,65%	22,65%
Rentabilidade	31%	265%	278%	292%
Prazo de Retorno do Investimento (meses)	4,53			

7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Forças	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Rapidez no atendimento e preparo dos pedidos;• Ambiente diferenciado;• Variedade do mix de produto;• Preço competitivo e dentro do previsto pelo cliente.	<ul style="list-style-type: none">• Mercado em expansão;• Financiamento bancário;• Entregas à domicílio.
Fraquezas	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">• Inexperiência gerencial no setor;• Equipe reduzida;• Verba enxuta.	<ul style="list-style-type: none">• Pizzarias e lanchonetes já bastante estabelecidas na região;• Poucos fornecedores;• Aumento de taxas (aluguel do imóvel, preço do café).

Rapidez no atendimento: por estarmos tratando de produtos que possuem um preparo rápido o atendimento pode ser considerado como um dos principais pontos fortes do empreendimento.

Ambiente diferenciado: focaremos em oferecer um lugar aconchegante e onde o cliente se sinta à vontade.

Variedade do mix de produto: como a tapioca é um produto bastante versátil podendo ser servido com diferentes tipos de recheio o nosso leque de possibilidades é bastante extenso, porém deveremos ficar atentos no gerenciamento desse cardápio, já que à medida que ele cresce mais difícil ficará de gerenciá-lo, sendo assim, uma ação necessária nesse caso é avaliar semanalmente a demanda dos pedidos.

Preço competitivo: o preço cobrado será de acordo com o delimitado na pesquisa de mercado e na média de preços da cidade.

Inexperiência gerencial no setor: já que o proprietário ainda não possui nenhuma vivência no ramo, uma ação necessária será solicitar algum suporte ao Sebrae.

Equipe reduzida: o empreendimento trabalhará com uma equipe pequena no início, muito em função da verba enxuta que terá, por isso será necessário um esforço mútuo e uma equipe focada no sucesso da Destino.

Financiamento bancário: buscar uma boa linha de crédito para o empreendimento.

Mercado em expansão: mesmo com a crise que o nosso país atravessa o ramo alimentício vem seguindo uma tendência de crescimento na cidade de João Pessoa oferecendo assim boas chances de crescimento para a Destino.

Entregas à domicílio: futuramente buscar parcerias com serviços de entregas terceirizados.

Pizzarias e lanchonetes já estabelecidas na região: uma boa localização e divulgação é crucial para a Destino, já que poderemos captar os clientes desses estabelecimentos.

Poucos fornecedores: principalmente os de doces e cafés mais selecionados o que faz eles terem um maior poder de barganha, uma alternativa é buscar fornecedores de menor nome para assim tentar baixar o preço desses produtos.

Aumento das taxas: estritamente relacionado com a verba enxuta, já que qualquer flutuação muito brusca seja no aluguel do imóvel ou no preço dos materiais, acarretará em problemas para o empreendimento.

8 CONCLUSÃO

O plano de negócios é uma ferramenta que serve de guia para o empreendedor montar seu negócio de forma segura e consciente de todos os aspectos que compreendem uma empresa, com ele é possível planejar cada passo que é dado para o crescimento do empreendimento e se antecipar aos problemas que virão a surgir. Porém, é importante frisar que um plano de negócio também está sujeito a falhas, pois como todos sabemos o mercado é algo variável, e que pode mudar da água para o vinho de uma hora pra outra e é dever do empreendedor estar ciente desses riscos.

Alguns dados apresentados podem sofrer variações durante a aplicação na prática, alguns custos podem aumentar, uma nova tendência pode surgir ou até mesmo os hábitos de consumo podem mudar, já que o plano só tem previsão de ser aplicado nos próximos anos. No mais, diante do que foi exposto durante o decorrer do trabalho, desde os resultados obtidos na pesquisa de mercado até os índices alcançados no plano financeiro, a criação da Destino - Tapiocaria & Café se mostrou viável e com potencial de se tornar um negócio modelo na região.

REFERÊNCIAS

SEBRAE NACIONAL. **Como elaborar um plano de negócio**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>> . Acesso em: 14 de setembro de 2017.

ALVES, Lucílio; FELIPE, Fábio Isaias. **MANDIOCA/CEPEA: Produção de fécula ultrapassa 750 mil t em 2015**. Disponível em: <<https://www.cepea.esalq.usp.br/br/documentos/texto/release-6772.aspx>> Acesso em: 14 de setembro de 2017.

ABIC. **Indicadores de Desempenho da Cafeicultura Brasileira**. Disponível em: <<http://abic.com.br/estatisticas/desempenho-do-setor/>>. Acesso em: 14 de setembro de 2017.

IFB. **IDF – Índice Desempenho Foodservice**. Disponível em: <<http://www.institutofoodservicebrasil.org.br/post.php?m=MzY=>> Acesso em :15 de setembro de 2017

SEBRAE NACIONAL. **Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em: 20 de janeiro de 2018.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PESQUISA DE MERCADO

Tapiocaria & Café

*Obrigatório

PARTE 1

Qual a sua idade? *

☐ Tenho menos de 20 anos

☐ Tenho entre 20 e 30 anos

☐ Tenho entre 30 e 40 anos

☐ Tenho entre 40 e 50 anos

☐ Tenho mais de 50 anos

Gênero: *

☐ Feminino

☐ Masculino

Bairro onde reside? *

Sua resposta

Quando você sai de casa, prefere um local para? *

Escolha entre essas opções as que mais fazem o seu estilo

☐ Comer

☐ Beber

☐ Dançar

☐ Assistir algo (futebol, filme, etc)

☐ Ouvir boas músicas

☐ Apenas passar um tempo

Saindo pra comer, onde você prefere ir? *

Escolha entre essas opções as que mais fazem o seu estilo

☐ Restaurante

☐ Bar

☐ Pizzaria

☐ Cafeteria

☐ Sorveteria

☐ Barraquinha de Esquina (cachorro-quente, espetinho, etc)

☐ Fast Food

Geralmente quanto você gasta quando vai para algum desses locais? *

☐ Menos de R\$10

☐ Entre R\$10 e R\$20

☐ Entre R\$20 e R\$30

☐ Entre R\$30 e R\$40

☐ Mais de R\$40

Com que frequência você sai pra comer nesses locais? *

- ☐ 1 vez por semana
- ☐ 2 vezes por semana
- ☐ 3 vezes por semana
- ☐ Mais de 3 vezes por semana
- ☐ 1 vez por mês
- ☐ 2 vezes por mês

Quais dias você prefere pra sair? *

- ☐ Domingo
- ☐ Segunda-feira
- ☐ Terça-feira
- ☐ Quarta-feira
- ☐ Quinta-feira
- ☐ Sexta-feira
- ☐ Sábado

E o melhor horário para sair é pela? *

- ☐ Manhã
- ☐ Tarde
- ☐ Noite

VOLTAR

PRÓXIMA

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

PARTE 2

Você costuma frequentar Tapiocarias/Cafeterias? *

- ☐ Sim, sempre
- ☐ Às vezes
- ☐ Raramente
- ☐ Nunca fui

Qual o melhor acompanhamento na hora de comer Tapioca? *

- ☐ Café (preto, expresso, cappuccino, etc)
- ☐ Refrigerante
- ☐ Suco
- ☐ Milk shake
- ☐ Chá

O que te atrai quando vai conhecer um local novo? *

Escolha entre essas opções as que mais fazem o seu estilo

- ☐ Localização
- ☐ Horário de funcionamento
- ☐ Divulgação em redes sociais
- ☐ Ambiente atrativo
- ☐ Cartazes
- ☐ Comidas que agradam o paladar
- ☐ Indicação de amigos
- ☐ Atrações ao vivo

E o que te faz voltar a esse lugar? *

Escolha entre essas opções as que mais fazem o seu estilo

- ☐ Cardápio variado
- ☐ Ambiente atrativo
- ☐ Qualidade da comida
- ☐ Preço
- ☐ Bom atendimento
- ☐ Músicas do agrado
- ☐ Atrações ao vivo
- ☐ Localização

O que você acha da ideia de uma Tapiocaria/Café no seu bairro?

*

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Péssima ideia! Encontrem outro lugar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ótima ideia! Quero pra ontem!

Deseja deixar alguma sugestão?

Sua resposta

VOLTAR

ENVIAR

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.